

**TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI**  
**FAKULTA TEXTILNÍ**

**BAKALÁŘSKÁ PRÁCE**

**LIBEREC 2012**

**PETRA ZÁRUBOVÁ**

# TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI

## FAKULTA TEXTILNÍ



Studijní program: B3107 Textil  
Studijní obor: 3107R007 Textilní marketing

## PROJEKT NA ZALOŽENÍ DEKORATÉRSKÉHO CENTRA

## DECORATION CENTRE DEVELOPING PROJECT

Petra Zárubová

**KHT - 867**

**Vedoucí bakalářské práce:** Ing. Jindra Porkertová

**Rozsah práce:**

Počet stran textu ..... 47  
Počet obrázků ..... 15  
Počet tabulek ..... 4  
Počet grafů ..... 12  
Počet stran příloh ..... 2

TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI

Fakulta textilní

Akademický rok: 2010/2011

## ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Petra ZÁRUBOVÁ**  
Osobní číslo: **T08000222**  
Studijní program: **B3107 Textil**  
Studijní obor: **Textilní marketing**  
Název tématu: **Projekt na založení dekorátérského centra**  
Zadávající katedra: **Katedra hodnocení textilií**

### Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

1. Vypracujte rešeršní část na téma bytové textilie.
2. Provedte průzkum trhu v místě nově vznikající firmy.
3. Vytvořte ekonomickou studii na realizaci nového dekorátérského centra.
4. Navrhněte plán prodejny a vybavení.



Rozsah grafických prací:

Rozsah pracovní zprávy:

**30 - 40 stran**

Forma zpracování bakalářské práce:

**tištěná/elektronická**

Seznam odborné literatury:

**1. Vašítková M.: Marketing služeb. Grada, Praha 2008**

**2. Rydvalová P.: Drobné podnikání. TUL Liberec, 1999**

Vedoucí bakalářské práce:

**Ing. Jindra Porkertová**

Katedra textilních materiálů

Datum zadání bakalářské práce:

**29. října 2010**

Termín odevzdání bakalářské práce:

**2. května 2011**

prof. RNDr. Aleš Linka, CSc.

děkan



Ing. Vladimír Bajžík, Ph.D.

vedoucí katedry

V Liberci dne 1. listopadu 2010

Technická univerzita v Liberci  
Fakulta textilní  
Katedra hodnocení textilií

V Liberci 29.4.2011

**Žádost o změnu termínu odevzdání bakalářské práce**

Žádám o změnu termínu odevzdání bakalářské práce na školní rok 2011/2012

Důvod odkladu: Rodinné důvody

Děkuji za vyřízení

*Olga Lipubová*

jméno studenta

Vyjádření vedoucího práce:

*soledarim Pami*

Vyjádření vedoucího katedry:

*bgL*

# PROHLÁŠENÍ

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je původní a zpracoval/a jsem ji samostatně. Prohlašuji, že citace použitých pramenů je úplná, že jsem v práci neporušil/a autorská práva (ve smyslu zákona č. 121/2000 Sb. O právu autorském a o právech souvisejících s právem autorským).

Souhlasím s umístěním bakalářské práce v Univerzitní knihovně TUL.

Byl/a jsem seznámen/a s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č.121/2000 Sb. o právu autorském, zejména § 60 (školní dílo).

Beru na vědomí, že TUL má právo na uzavření licenční smlouvy o užití mé bakalářské práce a prohlašuji, že **souhlasím** s případným užitím mé bakalářské práce (prodej, zapůjčení apod.).

Jsem si vědom/a toho, že užít své bakalářské práce či poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem TUL, která má právo ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, vynaložených univerzitou na vytvoření díla (až do jejich skutečné výše).

V Liberci dne 16.4.2012

.....

Podpis

# PODĚKOVÁNÍ

Na tomto místě bych ráda poděkovala Ing. Jindře Porkertové z Katedry textilních materiálů za cenné připomínky a odborné rady, kterými přispěla k vypracování této bakalářské práce. Dále děkuji Ing. Haně Pařilové Ph.D. za poskytnutí odborných publikací a skvělému vedení v průběhu studia.

# ANOTACE

Tato bakalářská práce se zabývá vytvořením nového dekorátorského centra v Kostelci nad Orlicí. Charakterizují se zde bytové textilie, až po mechanické, stabilizační a ochranné úpravy textilií. Některé z navržených textilií budou použity v novém dekorátorském centru.

V další části této práce je proveden průzkum konkurenčních firem v dané oblasti. Následně je provedena analýza příležitostí a hrozeb, popsané jsou slabé a silné stránky budoucího centra.

Je navrhnut plánec nového dekorátorského centra a s tím spojené veškeré náklady na vybavení a provoz. Závěrem je zhodnoceno, zda se vyplatí, nebo nevyplatí v Kostelci nad Orlicí otevřít nové dekorátorské centrum.

## KLÍČOVÁ SLOVA

Bytové textilie, konkurence, marketingový průzkum, zakladatelský rozpočet

# ANNOTATION

This thesis deals with the creation of a new decoration centre in Kostelec nad Orlicí. Characterizes here the furnishing to the mechanical stabilization and protective finishes of textiles. Some of them will be used in the new decoration centre.

The next part of this work is to carry out a survey of competitive companies in the area. Subsequently, an analysis of opportunities and threats described are the strengths and weaknesses of the future centre.

It is designed to plan a new decorating centre and associated costs for all equipment and operations. Finally, it is evaluated whether it is worth or not worth open new decoration centre in the Kostelec nad Orlicí.

## KEY WORDS

Housing/home textiles, competition, marketing research, founding the budget



# OBSAH

1	Úvod.....	11
2	Bytové textilie .....	12
2.1	Závěsy .....	12
2.1.1	Tkané dekorační textilie .....	12
2.1.2	Pletené dekorační textilie .....	13
2.1.3	Jinými způsoby vyrobené dekorační textilie .....	13
2.2	Typy dekoračních tkanin .....	13
2.3	Vlastnosti dekoračních textilií.....	14
2.4	Záclony.....	14
2.4.1	Druhy záclon podle výrobní technologie .....	14
2.4.2	Druhy záclon podle vzhledu.....	16
2.5	Přikrývky, pokrývky, polštáře a ubrusy .....	16
2.6	Ložní prádlo .....	17
2.7	Koberce .....	17
2.8	Finální úpravy .....	18
2.8.1	Mechanické úpravy textilií.....	18
2.8.2	Stabilizační úpravy textilií .....	19
2.8.3	Ochranné úpravy textilií.....	19
3	Zákonné podmínky a předmět podnikání .....	20
3.1.1	Správní záležitosti .....	20
3.1.2	Provozování živnosti v provozovně .....	21
3.1.3	Nemocenské pojištění OSVČ.....	21
3.1.4	Důchodové pojištění OSVČ .....	21
4	Praktická část – Založení nového dekorátorského centra .....	22
4.1	Dekorační textilie .....	22
4.2	Textilie pro šití záclon.....	24
5	Realizace dekorátorského centra.....	26
5.1	Vize a poslání podniku .....	26
5.2	Firemní údaje.....	26
5.3	Představení firmy při vstupu na trh .....	26

5.4	Marketingová strategie .....	26
5.5	Potencionální zákazníci .....	27
5.6	Potencionální dodavatelé .....	27
5.7	Charakteristika dekorátorského centra .....	28
5.8	Konkurence v okolí .....	28
5.9	Analýza SWOT .....	29
5.10	Nástroje marketingu .....	30
5.11	Plánek prodejny .....	31
6	Ekonomická studie .....	33
6.1	Počáteční náklady .....	33
6.2	Předpokládané měsíční náklady .....	34
6.3	Předpokládané měsíční tržby .....	34
6.4	Stanovení prodejní ceny .....	35
6.4.1	Příklad kalkulace prodejní ceny .....	36
6.5	Ekonomické zhodnocení .....	37
7	Marketingový výzkum .....	38
7.1	Vytvoření dotazníku .....	38
7.2	Vyhodnocení marketingového průzkumu .....	38
7.3	Vyhodnocení dotazníku .....	44
8	Závěr .....	45
9	Použitá literatura .....	47
10	SEZNAM OBRÁZKŮ .....	49
11	SEZNAM TABULEK .....	49
	SEZNAM PŘÍLOH .....	50

## 1 Úvod

V Královéhradeckém kraji se textilnímu průmyslu v posledním desetiletí přestalo dařit, a to díky velkému importu levných zahraničních produktů z Asie.

V našem okolí ukončil svoji činnost závod Perla, kde se vyráběly příze z bavlny. Ve vedlejším městě skončil také závod Perla, který nejen vyráběl příze, ale také tkal a barvil látky. V poslední době ukončilo svoji činnost mnoho firem zabývajících se šitím konfekce pro děti i dospělé. V této práci by mělo být zjištěno, zda se vyplatí založit v Kostelci nad Orlicí dekorátérské centrum zabývající se šitím záclon, závěsů, přehozů a bytových doplňků na míru.

Posláním bakalářské práce je charakterizovat dekorační tkaniny, které budou nabízeny zákazníkovi ve formě vzorníků a zároveň budou cenově dostupné. V další části budou odhadnuty veškeré náklady potřebné na realizaci nového dekorátérského centra. Bude provedena analýza silných a slabých stránek zakládaného podniku. Důležitým faktorem na trhu je konkurence v okolí, a proto bude prozkoumán u konkurenčních firem sortiment s cenami.

Závěrem je proveden průzkum trhu formou dotazníku, kde respondenti odpovídají na stanovené otázky a jejich odpovědi jsou dále vyhodnoceny pomocí grafu. Na základě těchto výsledků jsou získány informace od lidí, zda si přejí a budou následně využívat nové dekorátérské centrum.

## 2 Bytové textilie

Bytový textil nám zpřijemňuje a zútulňuje obytný prostor, který obýváme nejen doma, ale i na pracovišti. Má funkci nejen okrasnou, ale i ochrannou před chladem, světlem, ale i zvukem. Mezi bytové textilie patří záclony, závěsy, polštáře, přikrývky, ubrusy, koberce a nazýváme je bytové doplňky. Celkový styl bydlení podléhá módě. Materiály, vzory, technologie zpracování se mění. Používají se nové úpravy tkanin např. olejofobní a hydrofobní úprava.

Materiály, které se v dnešní době nejvíce používají na výrobu bytových doplňků:

- záclony se vyrábějí převážně z chemických vláken - 100% polyester
- na závěsy se používá 100% bavlna i směsi 70% bavlna/30% polyester, nebo 70% polyester/ 30% viskóza
- u přikrývek, pokrývek a polštářů převládají syntetické výplně – polyesterové rouno, polyesterová dutá vlákna
- ubrusy jsou vyráběny ze 100% bavlny s použitím finálních úprav, také velká obliba je i u ubrusů vyráběných z chemických vláken - 100% polyester
- použité materiály u ložního prádla podléhají ročnímu období, v zimním období se upřednostňuje 100% bavlna, v letním období se používá jak 100% bavlna, tak i chemická vlákna ze 100% polyesteru
- koberce se vyrábějí především z chemických vláken a ze směsi chemických vláken – 100% polypropylen, 100% polyamid

### 2.1 Závěsy

Dnešní závěsové a dekorační tkaniny jsou vyráběné tkaním, pletením i netkanými způsoby. Z hlediska použitého materiálu mohou být bavlnářského, hedvábnického nebo vlnářského charakteru. Chemická vlákna, která se používají při výrobě, jsou ve většině případů přizpůsobena délkou, jemností a celkovým vzhledem právě přírodním materiálům.

#### 2.1.1 Tkané dekorační textilie

Mohou být jednobarevné, potištěné, nebo s vytkávaným vzorem. Používá se plátňová vazba (2 osnovní a 2 útkové nitě – nejmenší střída vazby), která nahrazuje rypsovou vazbu s použitím silnějších a jemnějších útků. Keprová vazba (3 osnovní a 3 útkové nitě – nejmenší střída vazby) vytváří šikmé řádky a u hedvábnických tkanin se používá atlasová vazba (5 osnovních a 5 útkových nití – nejmenší střída vazby). Chceme-li dosáhnout vzorových

detailů, použijeme panamovou vazbu (4 osnovní a 4 útkové nitě – minimální střída vazby). Pro tkaniny mající velkoplošné a barevné vzory se používají žakárová zařízení tkacích stavů. Mezi dekorační tkaniny patří vlasové textilie například žynilková tkanina, plyš, samet.

### 2.1.2 Pletené dekorační textilie

Vyrábějí se většinou na osnovních pletařských strojích. Pletení se zvláště využívá u řídkých poloprůsvitných závěsů tzv. inbetweenů, protože dosažení řídkého vzoru je problematické u tkanin, kde se posouvají nitě ve vazbě.

### 2.1.3 Jinými způsoby vyrobené dekorační textilie

I netradiční výroba má v dekoračních textiliích nepostradatelné místo. Cena je nižší podle jednoduchosti zpracování. Základem propletu pod obchodním názvem Arachne je základní rouno, které je propleteno syntetickými nitěmi. Tyto dekorační materiály jsou většinou potiskované nebo využívají lesklé efektní nitě jako vzor.

## 2.2 Typy dekoračních tkanin

Mezi nejvíce používané tkaniny patří:

Damašek dekorační tkanina – je vyrobena z bavlněných vláken s hustou dostavou, tkaná žakárovou technikou v atlasových vazbách mající velkoplošné vzory.

Sherli dekorační tkanina – napodobuje výšivku, ve vzoru má zatkané delší nitě, které jsou odštířeny a vyčnívající konce těchto nití tvoří efekt charakterizující tuto tkaninu.

Kreš – tkanina se zmačkaným povrchem, vyrábí se ze syntetických vláken, je upravena konečnou krešovou úpravou zafixovanou tepelně. Tento materiál se nemusí žehlit.

Satén – hustá tkanina, tkaná v atlasové vazbě s hladkým a lesklým povrchem. Vyrábí se z bavlny, vlny, hedvábí i z chemických nekonečných vláken.

Plyš – tkanina s hustým a jemným vlasem, vyšším než 3 mm, vyrobené také pletením. Plyše vyrobené ze syntetických materiálů mohou být upravovány horkým vzorovaným kalandrem. Používá se vířený plyš mající vlas tepelně zafixovaný do vírů – různých směrů.

Kloké – je dvouosnovní a dvouútková tkanina s plastickým vrásčitým povrchem. Povrchu je dosaženo pomocí dutinné nebo stehové vazby s následným vysrážením.

Buklé – je měkká, objemná tkanina s drobnými smyčkami na povrchu, tvořená efektní nití stejného názvu, bývá použita v útku.

Lyonské hedvábí – tkanina vysoké kvality s tradičními vzory, vyrobené z pravého hedvábí, dnes se používá jiných materiálů.

Samet – se vyznačuje vlasovou strukturou s hustým, krátkým vlasem, pomocí řezání vlasového útku – útkový samet, nebo řezáním vlasové osnovy – osnovní samet. Po řezání se vlas kartáčuje, postřihuje a dále upravuje. Vyrábí se z bavlny nebo hedvábí.

Žinylková tkanina – je tvořena speciální efektní nití žinylkou, používá se v útku. Je to objemnější tkanina s vlasem. U hustých tkanin se žakárovým vzorem vytváří plastická místa ve vzoru.

Ryps – vyznačuje se převážně příčným, ale také šikmým nebo podélným žebrováním.[2]

### **2.3 Vlastnosti dekoračních textilií**

Vybíráme-li dekorační textilie, tak si musíme představit, co z textilie potřebujeme ušít a zohlednit vlastnosti daného výrobku.

- splývavost materiálu potřebujeme např. u závěsů
- ochrana proti slunečnímu záření v létě a tepelná izolace v zimě
- ochrana proti nežádoucím zvukům
- stálost vybarvení nejen po praní
- nehořlavost textilie
- trvanlivost a stálý tvar
- snadná údržba
- vhodná kombinace barev a vzorů v interiéru

### **2.4 Záclony**

Rozdělujeme podle použité výrobní technologie na tkané, pletené, žakárové (tkané a pletené) a bobinetové a podle vzhledu na krajkové, tylové, zastírací.

#### **2.4.1 Druhy záclon podle výrobní technologie**

##### **a) Tkané záclonoviny**

Vyrábějí se provázáním osnovních a útkových nití v plátnové, perlinkové nebo v kombinaci na tkacích strojích. Některé druhy tkaných záclon se potiskují pro zvýšení dekoračního efektu.

Organza – je průsvitná, lesklá, tuhá hedvábnická tkanina s řídkou dostavou nití. Používají se nitě z chemických monofilů nebo multifilů.

Voál – průhledná, porézní, pružná tkanina s malou dostavou nití. Používají se nitě jemné, česané a ostře točené. Může být jednobarevná nebo potištěná.

Etamín – neboli síto, používají se bavlněné, jednoduché česané příze s větším počtem zákrutů.

Sherli – vzor je tvořen útkovou nití, na kraji vzoru jsou odstřižené, aby konce nití odstávaly a tvořily plastický efekt.

Vypalovaný vzor – má charakteristická místa hustě protkaná a místa průsvitná. V útku se střídá vždy jedna nit syntetická s nití bavlněnou nebo viskózovou. Bavlněná, nebo viskózová nit se v místě vzoru odstraní pomocí zředěné kyseliny sírové.

#### **b) Perlinkové záclonoviny**

Tkají se jednou soustavou osnovních a jednou soustavou útkových nití. Odlišují se tím, že se osnovní nitě kříží mezi sebou a dochází ke stabilizaci osnovních a útkových nití. Perlinkové vazby se používají u řídce tkaných záclonovin, dekoračních textilií a pro filtrační účely.

#### **c) Pletené záclonoviny**

Vyrábějí se na osnovních pletacích strojích, lze používat dvou nebo více osnov. Jemnost upletené záclonoviny závisí na jemnosti použitých nití a na dělení stroje.

Galonové záclonoviny – očka jsou tvořena dvěma soustavami nití. Velikost čtverečků závisí na dělení stroje, vzorovací nit se klade pod jehlu a vzorování je prováděno dalším kladecím systémem pletacího stroje.

Rašlové záclonoviny – základem je řídká pletenina. Základní vzor je tvořen kladením pod jehlami. Vzorování závisí na počtu kladecích přístrojů. Rašlový osnovní pletací stroj má jazýčkové a kladecí jehly.

Markyzet – je základní záclonovina s jemnými čtverečky.

#### **d) Žakárové záclonoviny**

Typické pro žakárové záclonoviny jsou složité a velkoplošné vzory. Tyto záclonoviny mohou být pletené, ale i tkané. Každý stroj je vybaven žakárovým zařízením.

#### **e) Bobinetové záclonoviny**

Vyrábějí se na speciálních bobinetových strojích křížením a obtáčením dvou nebo tří soustav nití. Jemnost záclonoviny záleží na jemnosti stroje. Záclonoviny mohou být vyráběny jemné nebo až velmi hrubé.

## 2.4.2 Druhy záclon podle vzhledu

### Krajkové záclonoviny

Vyrábějí se na paličkovacích, bobinetových, galonových, osnovních nebo žakárských strojích, majících velké vzorovací možnosti. Tyto záclonoviny jsou průhledné s prolamovanými vzory.

### Tylové záclonoviny

Vyrábějí se na speciálních tylových strojích, kde se nitě vzájemně obtáčejí. Tyto záclony jsou řídké a závisí na hustotě a tvaru oček, která tvoří šestiúhelník. Mohou se dále zdobit výšivkou.

### Zastírací záclonoviny

Nazývají se také stínící a nahrazují záclonu a zároveň dekorační závěs. Vyplňují mezeru mezi záclonou a závěsem. Vyrábějí se z polyesterových a polyakrylonitrilových nekonečných nití. Rozlišují se podle plošné hmotnosti a průhlednosti. Podle tohoto rozlišení se pak jedná buď o stínící záclonu, klasickou záclonu, nebo dekorační tkaninu. Stínící záclony mají vysokou dostavu, nebo se opatřují neprůsvitným zátěrem. Stínící záclony se vyrábějí buď bílé, nebo v pastelových odstínech.

## 2.5 Příkrývky, pokrývky, polštáře a ubrusy

Příkrývky jsou výrobky s tepelně izolačními vlastnostmi, určené na přikrývání. Pokrývka je určená k dekoraci interiéru. Můžeme si představit přehoz přes postel, sedáky na židle, ale i dečky. Důležitou roli zde hraje sladění s nábytkem.

V dnešní době se příkrývky plní peřím, ale od tohoto materiálu se ustupuje z důvodu ceny a převládají syntetické výplně, jako je polyesterové rouno, polyesterová dutá vlákna.

Polštáře dělíme na *podhlavníkové* různých tvarů, rozdělené podle použití. Dále na *sedací*, vyplněné buď polyesterovou stříží, nebo polyuretanovou pěnou typu Molitan a Duren. Poslední rozdělení jsou polštáře *dekorační*, které se používají ke zkrášlení bytového interiéru.

Ubrusy se používají na přikrytí nebo zdobení stolů, a to v interiéru i na zahradních stolech. Od toho se odvíjí použitý materiál. Z tkaných materiálů se nejvíce na ubrusy používá damašek, veba, grádl, činovatina. Důležitou roli u tkaných ubrusů hrají finální úpravy, jako je nešpinivá, nemačková a nehořlavá úprava. Na dřevěné desky stolu se pod ubrus umísťují meltony, které jsou pevně přichyceny ke stolu. Meltony jsou zaplštěné silné vlněné tkaniny s uhlazeným vlasovým povrchem. V dnešní době se setkáváme i s ubrusy na jedno použití



a to jsou ubrusy papírové určené na oslavu dětí. Dále se vyrábějí plastové ubrusy hladké nebo s krajkovým vzorem, které se k nám dovážejí a životnost těchto ubrusů je menší, než u tkaných ubrusů.

## 2.6 Ložní prádlo

Správným výběrem ložního prádla lze modernizovat zařízení ložnic či bytů. Při výběru jsou důležité užitkové vlastnosti jako savost, odolnost v oděru, stálobarevnost a v dnešní době rychlá a snadná údržba. Převážná většina tkanin pro ložní prádlo se u nás vyrábí ze 100% bavlny. Tuzemskou surovinou pro ložní prádlo je len. Z chemických vláken se používá polyamid, polyester a viskóza. Každá z těchto surovin má specifické vlastnosti. Bavlna je velmi příjemná na omak, dobře saje a při dotyku vyvolává pocit tepla, výrobky se dají vyvářet, ale musí se žehlit či mandlovat. Len má chladivý omak, vysokou pevnost a výbornou odolnost v oděru a velkou mačkavost. Viskózové vlákno má vyšší savost než bavlna a více se mačká oproti bavlně. Pevnost viskózy za mokra výrazně klesá, proto při praní musíme postupovat s výrobky z viskózy opatrněji. Polyester a polyamid mají vysokou trvanlivost a tvarovou stálost. Mají dobrou schopnost oděru, ale téměř žádnou savost. Při častém užívání se v důsledku fibrilace vláken při oděru vytváří žmolky.

## 2.7 Koberce

Koberce patří do kategorie podlahových textilií, určených na pevný podklad. Pokud pokrývají pouze určitou část podlahy, nazývají se kusové koberce. Vyrábějí se v různých velikostech a tvarech. Celoplošné koberce se vyrábějí v nekonečných délkách, ale i v různých šířkách nejrůznějšími metodami. Speciální kategorií tvoří nástěnné koberce, jsou většinou lehčí a umělecky hodnotné. Podle výrobních technik dělíme koberce na tkané, netkané a pletené.

Mezi koberce tkané jednoduchými vazebními technikami patří jutové, kokosové, kilimové (geometrické obrazce a klikaté rozhraní dvou barev). Používají se hrubší přírodní materiály. Kokosová vlákna se používají k výrobě kobercových běhounů, protože mají vysokou odolnost proti oděru. Koberce tkané prutovou technikou – bruselské, buklé, frizé, velurové, názvy se vztahují k vlasovému povrchu. Koberce tkané speciálními technikami – dvojplyše, gobelínové.

Netkané koberce se vyrábějí všívané s taženým vlasem, nebo s řezaným vlasem. Dále mezi netkané koberce patří vpichované hladké nebo se smyčkami a poslední netkané koberce jsou chemicky spojené lepené nebo velurové s řezaným vlasem.

Pletené podlahové textilie se vyrábějí v zanedbatelném množství, spíše jsou výjimkou. Vyrábějí se na osnovních pletacích strojích. Mohou být hladké nebo se smyčkovým povrchem. Rub těchto koberců se musí vždy tužit.

### **Podlahové krytiny se dělí na všívané a vpichované.**

**Všívané podlahové krytiny** patří k nejrozšířenějším druhům koberců. Vlas se všívá do základní tkaniny, která může být zhotovena z juty, z polypropylénových pásků nebo jiných materiálů. Tkanina se vede k vyšívacímu zařízení, kde jsou v jehlovém rámu uloženy jehly s navlečenými vlasovými nitěmi. Jehlový systém propichuje tlakem jehly nosnou textilií na opěrném stole. Vlasové nitě jsou zachyceny háčkem pod jehlou a vytváří se tak vlas. Po vytažení jehly z nosné textilie se textilie posune o určitou délku a celý proces se opakuje. Výška smyčky se řídí podávací rychlostí vlasové nitě.

#### **Vpichované podlahové textilie se dělí na hladké a smyčkové**

- a) Hladké - patří k nejlevnějším podlahovým krytinám. Výroba je rychlejší než u klasických koberců. Vrchní rouno, jehož vlákna jsou pomocí speciální jehly vpichována do podkladového rouna, je z kvalitnějších materiálů. Rubová strana se zatírá a tuží.
- b) Smyčkové - princip výroby je stejný jako u vpichovaných hladkých podlahových krytin. Rozdíl je ve vidličkové speciální jehle. Smyčky vláken z vrchního rouna jsou vidličkovou jehlou protlačeny na druhou stranu textilie, kde tvoří smyčkový povrch.[1]

## **2.8 Finální úpravy**

Jsou speciální úpravy textilních výrobků dosahujících nových užitečných vlastností textilií jako je například zvýšení lesku, dosažení omaku, nemačkavosti, nesráživosti, nehořlavosti. Tyto úpravy se provádějí v závěru výroby textilií. Finální úpravy mohou být důležitou složkou i u bytových textilií, kde potřebujeme získat například nežehlivou, nemačkovou, nesrážlivou, protizmolkovou, nešpinivou úpravu apod.

### **2.8.1 Mechanické úpravy textilií**

- česání – na povrchu tkaniny se vytvoří vlasová pokrývka, která závisí na délce vláken, zákrutu, vazbě a hustotě tkaniny. Používají se počesávací stroje se dvěma počesávacími válci, jeden válec se otáčí po směru pohybu tkaniny a druhý se otáčí proti pohybu tkaniny.

- postřihování – úkolem je upravit délku vlasu nad textilií. Tkanina se přivádí na stůl a v místě ohybu se napřímená vlákna postřihnou pevným nožem za pomoci spirály.
- ratinování – je uspořádání krátkého vlasu do vzoru např. vlny pomocí třecí desky, která je potažená plyšem, pryží nebo speciálními kartáči. Nejlepší předpoklad pro dosažení daného vzhledu mají atlasové vazby.
- kalandrování – textilie prochází v plné šíři mezi válci o určité teplotě a tlaku. Válce mohou být tvrdé nebo měkké (pryžované). Textilie získá plný omak, lesk i vzor. K dosažení vysokého lesku se používají kalandry frikční a pro získání vzoru se používají kalandry razící.
- broušení – textilie získá krátký, hustý a vlasový povrch (broskvový efekt) pomocí brusných válců se smirkovým povrchem. Brousí se tkaniny ze syntetických vláken, pevnost textilie se broušením snižuje.

### **2.8.2 Stabilizační úpravy textilií**

- nemačková – provádí se u celulózových materiálů, pro zvýšení elastických modulů vláken. Výrobky jsou schopny rychlého zotavení během nošení a vyrovňávání vzniklých zlomů. Snížení mačkovosti pomocí –OH skupinami celulózy.
- nesrážlivá – srážení je způsobeno nabobtnáním vláken (změna poloměru zákrutu v přízi). Omezení srážlivost pomocí termofixace u syntetických vláken a u bavlny pomocí kompresivního srážení.
- nežehlivá – spočívá v zasíťování celulózy (vytvoří se pevné kovalentní vazby mezi makromolekulárními řetězci celulózy), dojde k zafixování posunu řetězců a tím se zamezí mačkovosti bavlněných vláken.
- protižmolková – žmolky vláken se nejvíce vytvářejí u syntetických vláken. Žmolky vláken lze odstranit mechanicky pomocí broušení, nebo stabilizací vláken v textiliích (pomocí filmotvorných přípravků – reaktivní polyakryláty).

### **2.8.3 Ochranné úpravy textilií**

- hydrofobní – potlačuje smáčivost textilie a propůjčuje se jí vodoodpudivost pomocí nánosování (zaplní se póry filmotvornými látkami), nebo pomocí látek s nízkým povrchovým napětím, které se nanesou na textilií.
- oleofobní – podobná hydrofobní, ale navíc odráží mastnotu i olejovité látky.
- nešpinivá – rozlišují se tři základní typy nešpinavých úprav. *Pasivní* - umožňují vyprání špíny (hydrofilizace povrchu), *aktivní* - špínu odpuzující úprava a *anti-soil-*

*redeposition* - znovusazování špíny z lázně na vlákna (detergenty). Jde o obsazení afinních míst na vlákne pomocí bezbarvého pigmentu.

- antistatická – úkol spočívá ve snížení povrchového elektrického odporu textilie. Pomocí anorganických a organických solí.
- nehořlavá – se dělí na úpravu *dočasnou* – vypratelnou, vhodná pro divadelní dekorace, používají se anorganické prostředky, soli (borax); *polotrvalou* – určitá odolnost vůči vyprání působením  $H_3PO_4$ ; *trvalou* – musí odpovídat normám stálostem ve vodě. Používají se sloučeniny fosforu.[4]

### 3      **Zákonné podmínky a předmět podnikání**

Rozhodne-li se podnikatel provozovat podnikatelskou činnost, musí být schopen zasadit svůj nápad do zákonných podmínek pro získání oprávnění k podnikatelské činnosti. Podmínky potřebné k získání oprávnění k podnikatelské činnosti upravuje zákon č.455/1991 Sb. v novelizovaném znění, o živnostenském podnikání.

Živnost je soustavná činnost provozovaná samostatně, vlastním jménem, na vlastní odpovědnost, za účelem dosažení zisku a za podmínek stanovených zákonem č. 455/1991 Sb. Provozování živnosti je obsahem Hlavy II daného zákona. Všeobecné podmínky jsou dosažení věku 18 let, způsobilost k právním úkonům, bezúhonnost. Současně jsou tímto zákonem živnosti rozděleny (§9) na

- a) ohlašovací, které při splnění stanovených podmínek smějí být provozovány na základě ohlášení (oprávnění provozovat živnost nastává dnem ohlášení)
- b) koncesované, které smějí být provozovány na základě koncese, dnem nabytí právní moci rozhodnutí o nabytí koncese

Ohlašovací živnosti se dále dělí na: řemeslné, vázané a volné (§19)

Koncesované živnosti jsou živnosti uvedené v příloze č. 3 zákona (§26)

#### **3.1.1      Správní záležitosti**

Při zakládání podniku je třeba vyřídit řadu předepsaných náležitostí

1. získat potřebné oprávnění k činnosti firmy (živnostenský úřad)
2. přihlásit se k registraci u příslušného finančního úřadu a oznámit mu zahájení činnosti
3. přihlásit sebe, případně zaměstnance k sociálnímu a zdravotnímu pojištění a zařídit placení pojistného v zákonné lhůtě
4. splnit požadavky zdravotní, hygienické, protipožární

5. zařídit si otevření běžného účtu
6. uzavřít pojištění odpovědnosti za škodu
7. zajistit opatření týkající se smluvních vztahů
8. opatření týkající se evidence a účetnictví [6]

### **3.1.2 Provozování živnosti v provozovně**

Povinnosti podnikatele vyplývající z novely živnostenského zákona platné od 1.7.2008. Provozovna je prostor, v němž je živnost provozována. Povinnosti podnikatele jsou: na žádost živnostenského úřadu prokázat vlastnické nebo užívací právo k objektu. Oznámit předem živnostenskému úřadu zahájení a ukončení provozování živnosti v provozovně. Zajistit, aby provozovna byla pro provozování živnosti způsobilá (kolaudační rozhodnutí a jiné doklady). Označit provozovnu trvale a zvenčí viditelně obchodní firmou (jméno, příjmení podnikatele, názvem) a jeho identifikačním číslem. Provozovna určená pro prodej zboží nebo poskytování služeb spotřebitelům musí být trvale a zvenčí viditelně označena také jménem a příjmením osoby odpovědné za činnost provozovny, prodejní nebo provozní dobou určenou pro styk se spotřebiteli. Pro každou provozovnu musí být ustanovena osoba odpovědná za činnost provozovny. Při zrušení provozovny je prodávající povinen informovat živnostenský úřad o tom, kdy lze vypořádat případné závazky (tato povinnost vyplývá ze zákona na ochranu spotřebitele).

### **3.1.3 Nemocenské pojištění OSVČ**

Nemocenské pojištění pro osoby samostatně výdělečně činné (OSVČ) je dobrovolné. Účast na nemocenském pojištění vzniká dnem přihlášení, nemůže vzniknout před zahájením samostatné výdělečné činnosti. Zpětně může vzniknout pouze, pokud se k nemocenskému pojištění osoba výdělečně činná přihlásí nejpozději do 8 dnů ode dne, ve kterém zahájila samostatnou výdělečnou činnost. Z nemocenského pojištění se poskytují dávky nemocenské a peněžitá pomoc v mateřství. Vyměřovacím základem pro výpočet dávky je úhrn měsíčních základů v rozhodném období dělený počtem dnů účasti na nemocenském pojištění. Měsíční základ je částka, kterou si OSVČ stanovuje sama, a to zaplacením pojistného.

### **3.1.4 Důchodové pojištění OSVČ**

Osoby samostatně výdělečně činné, které vykonávají SVČ jako hlavní jsou účastny pojištění vždy a mají povinnost vždy platit pojistné na důchodové pojištění a zálohy na pojistné na důchodové pojištění a příspěvek na státní politiku zaměstnanosti i v případě, že budou ve ztrátě.[7]

## 4 Praktická část – Založení nového dekorátorského centra

V novém dekorátorském centru budou nabízeny vzorníky látek z přírodních i chemických textilních materiálů. Je zde uveden výběr některých bytových textilií, které budou použity na závěsy, potahový materiál na přehozy a dekorační polštáře.

### 4.1 Dekorační textilie

Dekorační textilie s jejich složením, šířkou materiálu, se symboly údržby a cenou s DPH.



#### DK 21

Složení: 70% Bavlna, 30% Polyester

Šířka: 145 cm

Cena za m: 199,00Kč

Možné využití: závěsy, povlaky na dekorační polštářky

Symboly údržby:



Obrázek č.1. DK 21



#### DK 20

Složení: 70% Bavlna, 30% Polyester

Šířka: 145 cm

Cena za m: 199,00Kč

Možné využití: závěsy, ubrusy, přehozy přes postel

Symboly údržby:



Obrázek č.2. DK 20



#### DK 17

Složení: 100% Bavlna

Šířka: 150 cm

Cena za m: 99,00Kč

Možné využití: závěsy, ubrusy, povlaky na dekorační polštáře

Symboly údržby:



Obrázek č.3. DK 17



Obrázek č.4. DKN 29

### **DKN 29**

Složení: 100% Bavlna

Šířka: 152 cm

Cena za m: 99,00Kč

Možné využití: závěsy, přehozy, povlaky na dekorační polštářky

Symboly údržby:



Obrázek č.5. MFN 7

### **MFN 7**

Složení: 70% Polyester, 30% Viskóza

Šířka: 280 cm

Cena za m: 299,00Kč

Možné využití: závěsy, přehozy, povlaky na polštářky

Symboly údržby:



Obrázek č.6. FI 40

### **FI 40**

Složení: 100% Polyester - úplet

Šířka: 148 cm

Cena za m: 299,00Kč

Možné využití: potahová textilie

Symboly údržby:





#### FI 49

Složení: 100% Polyester - úplet

Šířka: 150 cm

Cena za m: 299,00Kč

Možné využití: potahová textilie

Symboly údržby:



Obrázek č.7. FI 49



#### ID 103

Složení: 95% Polyester, 5% Polyuretan

Šířka: 145 cm

Cena za m: 299,00Kč

Možné využití: povlaky na dekorační polštářky

Symboly údržby:



Obrázek č.8. ID 103

## 4.2 Textilie pro šití záclon

Vybrané druhy textilií pro šití záclon s jejich složením, výškou materiálu, se symboly údržby a cenou s DPH.



#### A99

Složení: 100% Polyester

Výška: 230 cm

Cena za běžný m: 139,00Kč

Symboly údržby:



Obrázek č.9. A99





**A49 – fialová**

Složení: 100% Polyester

Výška: 250 cm

Cena za běžný m: 169,00Kč

Symbole údržby:



Obrázek č.10. A49 - fialová



**A24**

Složení: 100% Polyester

Výška: 250 cm

Cena za běžný m: 139,00Kč

Symbole údržby:



Obrázek č.11. A24



**A42**

Složení: 100% Polyester

Výška: 170 cm

Cena za běžný m: 130,00Kč

Symbole údržby:



Obrázek č.12. A42

## **5 Realizace dekorátérského centra**

### **5.1 Vize a poslání podniku**

Firma si přeje být úspěšná v dekorátérství bytů a domů. Vytvořit si dobré jméno. Mít velký podíl na trhu. Dosahovat zisků z prodeje. Podnikání musí být v souladu se zákony. Dekorátérské výrobky budou určeny pro střední a movitější třídu zákazníků.

Posláním je uspokojovat potřeby zákazníků a přizpůsobit se jejich požadavkům, nejen v kvalitě, životnosti, ale i v dalších specifických vlastnostech výrobku. Pružně reagovat na okolnosti, které mohou nastat. Mít kvalitně ušité výrobky a tím získat dobré jméno u zákazníka. Chránit životního prostředí. Zajistit ekologické spalování odpadů z výroby.

### **5.2 Firemní údaje**

Název a sídlo společnosti:	Dekoratérské centrum v Kostelci nad Orlicí
Zaměření:	Dekoratérství bytů a domů
Majitel:	Jeden
Základní kapitál:	Vlastní kapitál 200.000,-Kč
Trh:	Český
Právní forma společnosti:	Živnost ohlašovací volná
	Výroba textilií, textilních výrobků, oděvů a oděvních doplňků

### **5.3 Představení firmy při vstupu na trh**

Před samostatným vstupem na trh je důležitý marketingový plán a strategie, aby co nejlépe informovala zákazníka o nové firmě a nabízených službách. Důležitý je hezky navržený design loga, reklama v regionálních novinách, letáčky, vizitky a v dnešní době již nutné webové stránky. Design by měl zákazníka upoutat a jednoduše ho informovat o službách firmy. Důležitou roli hraje originalita, barevnost, přehlednost, jednoduchost navržené webové stránky.

### **5.4 Marketingová strategie**

Podle nabízených služeb bude zvolena marketingová strategie přímého osobního prodeje. Vzorky látek je nutno předvést zákazníkovi a podat mu odborný výklad o materiálech. Seznámit zákazníka o kvalitě služeb, které budou v dekorátérském centru

nabízeny. Bude-li potřeba změřit závěsy, záclony nebo přehozy, bude v rámci nabízených služeb zákazníkovi poslán školený pracovník. Pro prezentaci vzorků zákazníkovi je nutné připravit ceník. Na ceníku budou napsány veškeré poskytované služby, ceny a dodací lhůty. Ceník bude distribuován v tištěné podobě.

## **5.5 Potencionální zákazníci**

V dekorátérském centru budou nakoupeny látky (po výběru zákazníkem) jak pro střední, tak pro movitější třídu lidí. Centrum by měli navštěvovat zákazníci, kteří se chtějí odlišovat od ostatních tím, že mají záclony, závěsy, přehozy a veškeré doplňky šity na míru. Mohou si vybrat barvu, materiál podle vlastnosti, které sami preferují.

Klienti z vyšších příjmových vrstev vyžadují individuální přístup, odborné poradenství, výtvarné návrhy, luxusní, moderní materiály a složení látek, bezproblémovou instalaci a výborný konečný výsledek.

Do budoucna by měly být služby nabídnuty hotelům, penzionům, školám a školám. Vše se bude odvíjet od ekonomiky podnikání, přes inflaci, po evropské projekty.

## **5.6 Potencionální dodavatelé**

Firma bude nakupovat metráž přes internetové obchody jako je například Flex – Tex, s.r.o. Kamenný obchod se nachází v Praze 7. Tato firma disponuje velkým výběrem materiálů. Majitelka dekorátérského centra bude kontaktovat majitele tohoto obchodu a bude se snažit vyjednat výhodné obchodní podmínky. Mezi další dodavatele látek bude patřit Českomoravská textilní, s.r.o. v Brně a Letovicích, která nabízí sortiment v kamenném obchodě i přes internet. Významným dodavatelem látek bude firma Kösso – velkoobchod s metrovým textilem se sídlem v Moravské Třebové. U této firmy lze nakupovat jak metráž, tak role látek od 25m. Firma dováží metrový a bytový textil ze země „Dálného východu“ a ze země EU. Výhodou této firmy je blízká dostupnost od zakládaného dekorátérského centra.

## 5.7 Charakteristika dekorátorského centra

Do dekorátorského centra přichází zákazník s „mlhavou“ představou o tom, jak by chtěl vybavit či vylepšit svůj interiér látkami, nebo zákazník mající určitou představu o výrobku. V dekorátorském centru budou nejprve zákazníkovi nabídnuty látky ve formě vzorníků o velikosti 1 m a šířce 70, 80, 90, 100, 120, 140 cm dle nabídky. Vzorníky budou jednobarevné, vzorované, s finálními úpravami i bez úprav. Kraje vzorníků budou začištěny třínitým stehem obnitkovacím. Každému zákazníkovi bude věnován individuální přístup a bude mu podán odborný výklad o nabízených materiálech. Dále firma nabídne zákazníkovi školeného pracovníka, který na místě změří, zakreslí prostor, který má být vybaven textiliemi. Pracovník musí brát v potaz mnoho faktorů, zda se jedná o ložnici, obývací pokoj, kuchyň nebo dětský pokoj, a doporučit vhodné materiály s finálními úpravami. Musí brát v potaz množství světla proudícího do místnosti, výšku oken, barevnost bytových doplňků, nábytku, stěn a další důležité faktory. Neopominutelným faktorem je též cena navrhovaných materiálů, která se může pohybovat od několika set korun až do několika tisíc. Po zaměření, celkové kalkulaci, dohodnutí materiálů se zákazníkem a podpisu smlouvy o dílo mu bude materiál objednan a výrobky ušity v oddělené části dekorátorského centra. V závěru bude zákazník informován SMS zprávou, nebo emailem, kdy si může svůj výrobek vyzvednout a zaplatit.

V dekorátorském centru se budou látky objednávat po metrech, ale i v rolích. Většina textilních výrobců prodává látky po rolích. Jedna role obsahuje i 50m. Vzniká zde otázka, co s přebytečnými metry, které se neprodají. Z ekonomických zákonů vyplývá, že pro efektivní fungování firmy není žádoucí si držet velké skladové zásoby. Zboží ve skladu jsou neefektivně uložené peníze, se kterými v případě potřeby nelze disponovat a časem ztrácejí na hodnotě. Proto dekorátorské centrum bude přebytečné metry z neprodaných rolí nabízet na internetu na svých webových stránkách.

## 5.8 Konkurence v okolí

Pro založení bytového centra je dobré znát konkurenty. Byly navštíveny v okolí všechny obchody s bytovými textiliemi. Myslím si, že konkurence není příliš velká.

Město Vamberk (cca 4600 obyvatel) je známé výrobou paličkovaných ubrusů, límců a krajek. Ve Vamberku je jeden obchod s bytovými textiliemi. V obchodě mají velice různorodý sortiment a to: šicí nitě, pletcí příze, stuhy, prýmky, zdrhovadla, malý výběr knoflíků, suché zipy, patenty, veškeré potřebné věci na paličkování i s předlohami motivů,

dětská prostěradla, dětské a dámské prádlo, ručníky, osušky, utěrky, deky a polštáře. Na míru stříhají plastové ubrusy.

Ve městě Rychnov nad Kněžnou (cca 11000 obyvatel) jsou dva obchody s danou tematikou. První se jmenuje „Vesna a.s.“, je to malý obchůdek s pleteným zbožím, prádlem, punčochovými výrobky, textilní galanterií až po koberce, ze záclon mají na výběr z pěti druhů, v sortimentu mají podlahové krytiny a ložní zboží do bytů.

Druhý obchod s názvem „Šicí ráj“ vypovídá o sortimentu. Majitelem je opravář šicích strojů a jeho obchodování je zaměřeno na šicí stroje (owerlocky, žehlící systémy, žehlící lisy) a galanterii.

Galanterie nabízí: velký a barevný výběr zipů, knoflíků a spon, nůžky, šicí nitě, štrasy, stuhy, gumy, bavlnky, vyšívání ubrusy, vyšívací látky, korálky, ozdoby, polštáře a přikrývky, povlečení, ručníky, ponožky a vlna na pletení.

V Kostelci nad Orlicí (cca 6000 obyvatel), v Chocni (cca 9000 obyvatel) a v Ústí nad Orlicí (cca 14500 obyvatel) je opět obchod „Vesna a.s.“, její sortiment jsem již popsala. V okruhu 50 km se již žádní konkurenti nevyskytují.

## 5.9 Analýza SWOT

V analýze jsou sumarizovány příležitosti (Opportunities) a hrozby (Threats) vyplývající z vnějšího prostředí a silné (Strengths) a slabé stránky (Weaknesses) vztahující se k vnitřní situaci podniku. Základní myšlenkou je najít způsoby zlepšení výsledků jako je obrát, podíl na trhu, zisk z růstu.

Analýza vnějšího prostředí (O/T) vychází ze zkoumání vnějšího prostředí, které firmu obklopuje. Tato sféra leží mimo kontrolu pracovníků firmy a na firmu působí nekontrolovatelnými faktory a vlivy. Strukturu vnějšího prostředí tvoří makroprostředí složené ze složek: ekonomické, politické, legislativní, přírodní, demografické, technologické, kulturní a sociální prostředí.

Analýza vnitřního prostředí firmy (S/W) je tvořena analýzou externího mikroprostředí a interního mikroprostředí firmy. *Externí mikroprostředí* tvoří zákazníci - nakupující naše služby. Dodavatelé - ovlivňují možnosti a efektivitu získání potřebných zdrojů, které jsou nutné pro plnění funkce podniku. Dodávají materiály, suroviny, stroje a zařízení jak danému podniku, tak i konkurentům. Provádí se výběr a hodnocení dodavatelů. Konkurence – srovnáváme vlastní marketingový mix s konkurenčním a hledáme sílu a slabosti konkurentů. Úspěchem podnikání na trhu je dobrá znalost všech konkurentů a neustálá snaha uspokojovat potřeby zákazníků lépe než konkurence. Marketingoví prostředníci – zprostředkovávají

služby pomocí distribučních kanálů, logistické firmy, reklamní a výzkumné agentury. Veřejnost – je místní komunita, odborná veřejnost, vláda, média a různé nátlakové skupiny.

*Interní mikroprostředí* podniku tvoří výrobní, technické, technologické, finanční a jiné podmínky, které v dané organizaci poskytují služby. Každá firma má vlastní specifika, která v dané situaci mohou být silnou nebo slabou stránkou, a je proto na vedoucích pracovnících, aby dokázali situaci správně analyzovat a dobře vyhodnotit.[5]

### 5.10 Nástroje marketingu

	<b>Výrobek</b> (Produkt)	<b>Distribuce</b> (Place)	<b>Cena</b> (Price)	<b>Komunikace</b> (Promotion)
<b>S</b> (silné stránky)	první dekorátorské centrum v okolí, zakázková výroba, možnost výběru vzorků, montáž výrobků, dobrá kvalita šití	dobrá komunikace se zákazníky a odběrateli	kvalita odpovídá ceně, smluvní ceny	rychlá komunikace s dodavateli a odběrateli prostřednictvím internetu, blízko sklad dodavatele látek
<b>W</b> (slabé stránky)	delší dodací lhůty	jeden člověk na jednání s dodavateli	vyšší ceny než u konkurence	nevyužity všechny mediální možnosti reklamy
<b>O</b> (příležitosti)	barevnost vzorků, natisknout jméno firmy na obaly, spolupráce s designérem, vstoupit na nové trhy či segmenty	hledat nové zákazníky na stávajícím i novém trhu	snížit náklady a zvýšit cenu	rozšíření reklamy pomocí distribučních kanálů
<b>T</b> (hrozby)	stálá klientela konkurence, změna přístupu konkurence - útok, noví konkurenti na trhu se stejnými službami	konkurence mající lepší distribuční kanály	levnější cena u konkurence u stejných výrobků, zvyšující se sazby DPH	odliv zákazníků kvůli nedostatečné reklamě

Tabulka č.1. Tabulka SWOT analýzy

### 5.11 Plánek prodejny

Velikost plochy nového dekorátorského centra bude cca 100 m<sup>2</sup>.



Obrázek č.13. Návrh místností dekorátorského centra 1

Dekoratérské centrum bude rozděleno do tří částí. V první části bude prodejna o velikosti 70 m<sup>2</sup> a v druhé místnosti bude šicí dílna s šicími stroji (jednohřlový šicí stroj značky Brother a čtyřnitný overlock Brother), žehlící vyhřívaný a odpařovací stůl Comel Futura RA, úložné regály pro drobnou galanterii a regály pro role látek. V této zadní místnosti se bude ještě nacházet sociální zařízení oddělené zdí od šicí dílny.



Obrázek č.14. Návrh místností deokoratérského centra 2

Při vstupu do dekoratérského centra mají zákazník upoutat regály se vzorníky, role vzorovaných látek a dekorační polštářky. V pozadí prodejny bude umístěn stříhačský stůl pro stříhání jednotlivých zakázek. Zadní stěna bude vymalovaná tmavě hnědou barvou a budou na ní viset černobílé obrázky osvětlené jedním světlem. V obchodě nesmí chybět prodejní pult s pokladnou, který dle návrhu bude umístěn na pravé straně místnosti. Podlaha bude laminátová v barvě břízy. Povrch lamina je tvrdý, odolný a neklouzavý. V každé místnosti se bude nacházet jedno okno. V obchodě bude dekorace okna designově ladit s vymalovaným prostorem a to by mělo být inspirací pro nové zákazníky. Zákazníci se musí v prodejně cítit příjemně a uvolněně, je to jeden z důležitých faktorů při nakupování.



## 6 Ekonomická studie

Každý podnik se musí zabývat budoucností a průběžně reagovat na rychle se měnící ekonomické podmínky. Úkolem podniku je vytvořit si takovou strategii, která umožňuje zajištění existence a dosažení prosperity. Důležité je, aby ekonomické cíle přetrvaly i přes nepříznivé období. Finanční plán a jeho cíle by měly být nastaveny tak, aby byly reálně dosažitelné.

### 6.1 Počáteční náklady

Náklady	Cena s DPH
Ohlašovací živnost	1000,-Kč
Regály	20.000,-Kč
Prodejní pult a stříhačský stůl	16.000,-Kč
Owerlock Brother	vlastní
Žehlící stůl vyhřívaný a odsávaný 115x62 cm	9.990,-Kč
Žehlička	vlastní
Řasící stuhy	vlastní
Krejčovské nůžky	vlastní
Drobná galanterie	vlastní
Šicí stroj Brother	vlastní
Výzdoba prodejny	7.000,-Kč
Osvětlení	4.000,-Kč
Počítač a tiskárna	vlastní
Vizitky	500,-Kč
Webové stránky	3.000,-Kč
Letáky	4.000,-Kč
Ceníky	500,-Kč
Vstupní materiál na vzorníky	30.000,-Kč
Pokladna	6.000,-Kč
Židle	2.000,-Kč
<b>Celkem počáteční náklady</b>	<b>103.990,-Kč</b>

Tabulka č.2. Počáteční náklady

Počáteční náklady na založení dekorátorského centra budou financovány z běžného účtu majitele firmy z vlastního kapitálu, který činí 200.000,-Kč. Po odečtení počátečních nákladů zbude na účtu majiteli 96.010,-Kč. Z této částky může být část peněz použita na nákup materiálu pro zákazníky a zbytek by bylo dobré nechat pro případné první neúspěšné měsíce podnikání, než se firma dostane do kladných čísel. Marketingové výdaje jsou nejsilnější na začátku podnikání.

## 6.2 Předpokládané měsíční náklady

Náklady	Cena s DPH
Pronájem prostoru	6.000,-Kč
Voda, elektřina, topení	3.000,-Kč
Telefon	600,-Kč
Internet	500,-Kč
Nákup materiálu	10.000,-Kč
Náklady spojené s automobilem	1.000,-Kč
Reklama	500,-Kč
Mzdy	10.000,-Kč
Účetní	1.000,-Kč
Zdravotní pojištění	1697,-Kč
Sociální pojištění	1836,-Kč
<b>Celkové měsíční náklady</b>	<b>36.133,-Kč</b>

Tabulka č.3. Předpokládané měsíční náklady

Předpokládané měsíční náklady činí 36.133,-Kč. Z toho vyplývá, že pokud tato částka nebude měsíční tržbou, majitelka se dostává do ztráty. Případnou ztrátu v prvních měsících lze dorovnat z vlastních zdrojů.

## 6.3 Předpokládané měsíční tržby

Počet návštěvníků (15 denně x 5 dní)	300 (měsíčně)
Počet zákazníků (2 denně x 5 dní)	40 (měsíčně)
Průměrná utracená částka na zákazníka	800,-Kč
<b>Celková měsíční tržba</b>	<b>32.000,-Kč</b>

Tabulka č.4. Předpokládané měsíční tržby

Z této varianty je patrné, že předpokládané měsíční tržby jsou nižší než předpokládané měsíční náklady. V prvních měsících podnikání může tato situace nastat. Vše záleží na úsilí majitelky, reklamě a na potenciálních zákaznících. Nejlepší reklama je spokojený zákazník, který se zmíní o firmě svým přátelům.

**Pro zvýšení měsíčních tržeb** by musel:

- a) vzrůst počet zákazníků ze 40 na 60 (3 zákazníci denně), při stejné utracené částce na zákazníka 800,-Kč a celková měsíční tržba by činila **48.000,-Kč**. Odečteme-li předpokládané měsíční náklady, tak předpokládaný zisk bude činit **11.867,-Kč**. (*optimistická varianta*)
- b) počet zákazníků zůstat stejný, 40 zákazníků (za měsíc) a musela by vzrůst průměrná utracená částka na zákazníka ze 800,-Kč na 910,-Kč. Celková měsíční tržba by byla **36.400,-Kč**. Tato částka pokryje pouze předpokládané měsíční náklady. (*pesimistická varianta*)

#### 6.4 Stanovení prodejní ceny

Metody stanovení ceny můžeme rozdělit podle převažující orientace na náklady, poptávku nebo konkurenci.

Nákladově orientovaná tvorba cen – k nákladům se připočítává standardní procento, které kryje odbytové náklady a hrubý zisk. Tento nákladový typ ceny je jednoduchý a transparentní, nevýhodou je, že nezohledňuje poptávku a konkurenci.

Analýza bodu zvratu – nákladová metoda hledá takovou cenu, která by vedla k předem naplánovanému zisku.

Poptávkově orientovaná tvorba cen – v tomto případě jsou za základ ceny brány nikoliv náklady, ale zákazníkem vnímaná cena. Nutno znát trh a daný segment.

Konkurenčně orientovaná cena – cenová metoda je založena na sledování konkurenčních cen, náklady a poptávka jsou pouze krajními hranicemi. Firma se orientuje na výši a změny ceny konkurence.

Nabídky ceny pro veřejné soutěže – obsah nabídek do veřejných soutěží zůstává utajen až do dne uzavření příjmů nabídek.[6]

### 6.4.1 Příklad kalkulace prodejní ceny

Příklad určení ceny dekoračního povlaku na polštář, kdy tvorba ceny bude nákladově orientovaná – k nákladům se připočítá standardní procento.



#### Dekorační povlak na polštář

Složení: 100% Bavlna

Šířka materiálu: 120 cm

Cena za m: 99,00Kč

Rozměr povlaku: v 50cm x š 60cm

Symboly údržby:



Obrázek č.15. Povlak na polštář

Obchodní přírážka: 30%

Služba: Ušítí dekoračního povlaku na polštář

1) Cena nákladů na službu:

nákup materiálu (100 v x 120 š) = 99,-Kč (vyjde na dva povlaky)

šířka povlaku = v 50cm x š 60cm

zdrhovadlo = 32,-Kč

šicí nitě = vlastní

režijní náklady = 436,-Kč

Cena nákladů = **518,-Kč**

2) Výpočet prodejní ceny

Cena nákladů = 518,-Kč

Obchodní přírážka: 30%

Prodejní cena dekoračního povlaku na polštář bude činit **674,-Kč** s 30% obchodní přírážkou.

## 6.5 Ekonomické zhodnocení

Porovnáme-li předpokládané měsíční náklady s předpokládanými měsíčními tržbami, je z výsledků patrné, že se nevyplatí zakládat nové dekorátérské centrum v Kostelci nad Orlicí. Náklady na provoz podnikání jsou vyšší než předpokládané měsíční tržby.

Pro úspěšné podnikání by musela nastat **a) optimistická varianta** - to znamená, že by si v dekorátérském centru museli každý den 3 zákazníci objednat službu ušití bytových doplňků na míru v minimální částce 800,-Kč na zákazníka.

Pokud by nastala **b) pesimistická varianta** – nulová varianta, kde se pokryjí pouze náklady na provoz podnikání, nedoporučovala bych začínat s podnikáním.

## 7 Marketingový výzkum

Marketingovým výzkumem trhu firma získá potřebné informace, které pomohou reagovat na marketingové příležitosti a hrozby. Pro nalezení nejvhodnější strategie je důležité znát trh, na kterém jsou nabízeny služby firmy. Firma by měla znát své zákazníky, jejich potřeby a přání, měla by znát své konkurenty. Je nutné zhodnotit možnosti podniku a zdroje, které firma může použít a vytyčit si reálné cíle podniku.

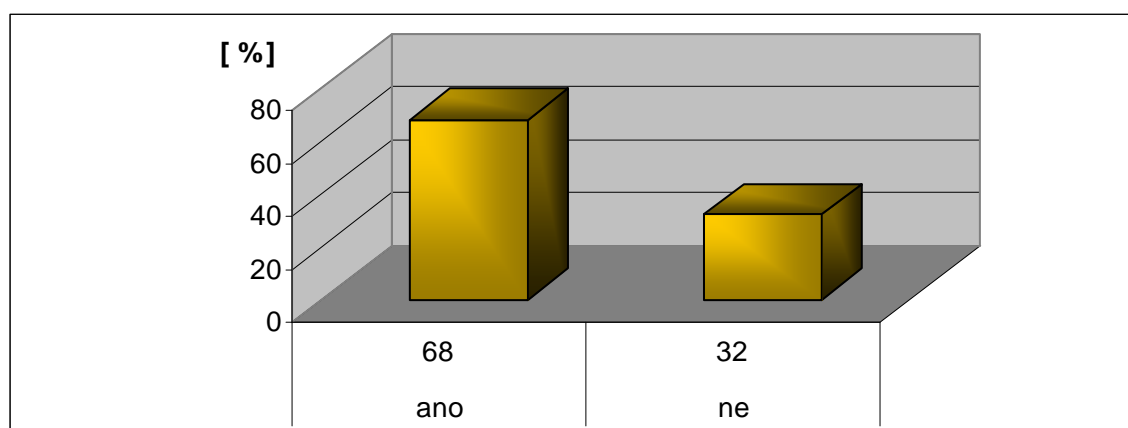
Marketingovým výzkumem má být zjištěno, zda se vyplatí otevřít nové dekorátérské centrum v Kostelci nad Orlicí, zda toto centrum bude navštěvováno zákazníky a zda potenciální zákazníci potřebují ušít nebo zařídit interiér bytovými dekoracemi.

### 7.1 Vytvoření dotazníku

Pro získání informací byl použit primární výzkum, kde firma získá konkrétní informace, které potřebuje pro další krok - rozhodování. K získání potřebných informací byl rozdán dotazník v mateřských a základních školách v Kostelci nad Orlicí. Bylo osloveno 140 lidí a návratnost byla 100 dotazníků. V dotazníku byly použity otevřené i uzavřené otázky. Dotazník je umístěn v Příloze 1.

### 7.2 Vyhodnocení marketingového průzkumu

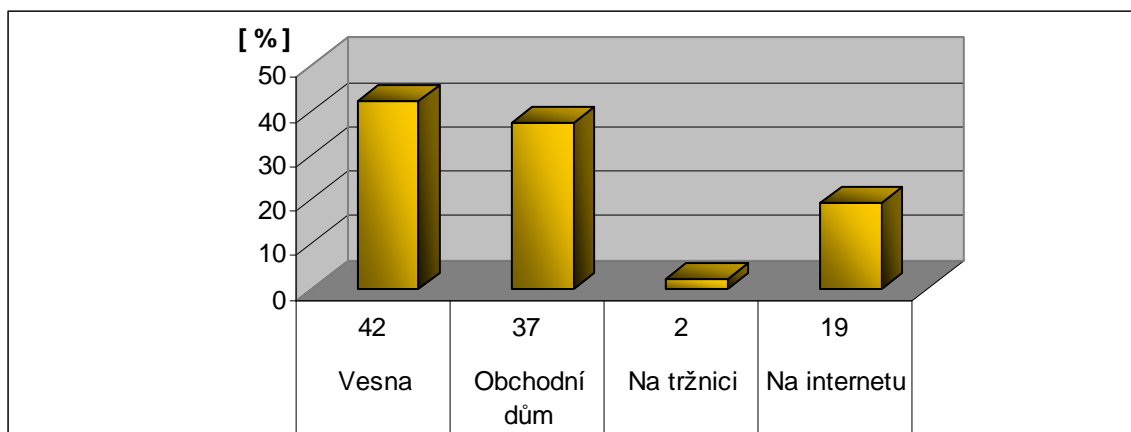
#### 1. Navštívili byste v Kostelci nad Orlicí dekorátérské centrum?



Graf č. 1.

Z průzkumu vyplývá, že by dekorátérské centrum v Kostelci nad Orlicí navštívilo 68% oslovených respondentů.

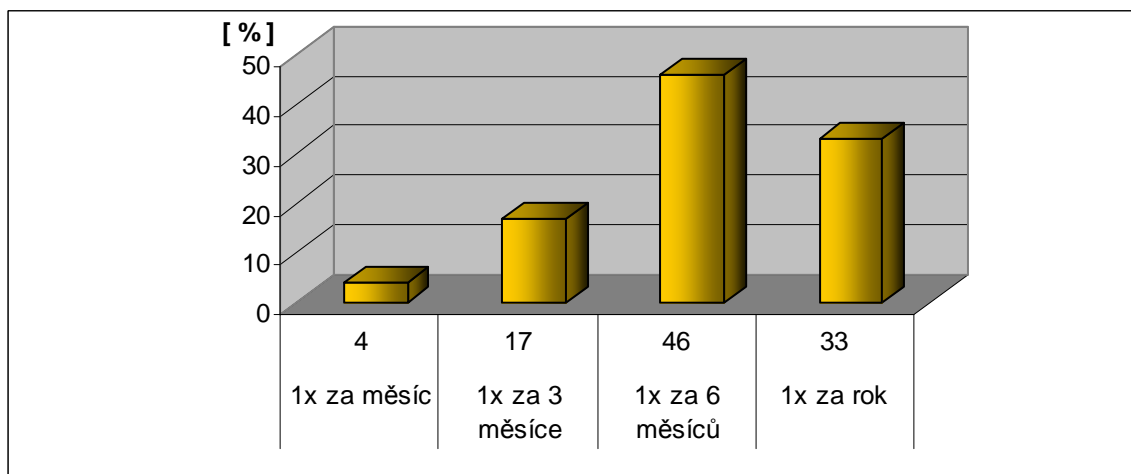
## 2. Kde nejraději nakupujete bytové doplňky?



Graf č. 2.

Výše uvedený graf nám ukazuje, že bytové doplňky jsou nejvíce nakupovány v kamenném obchodě Vesna, která má velký podíl na trhu v mapovaném okolí. Obchod navštěvuje 42% respondentů. Na druhém místě 37% respondentů nakupuje v obchodním domě, který je vzdálený cca 50km od bydliště dotazovaných.

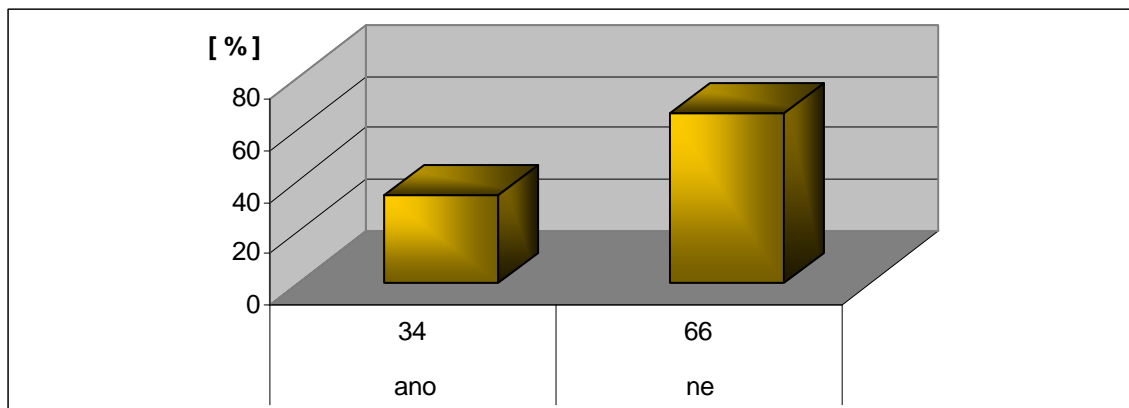
## 3. Jak často nakupujete bytové doplňky?



Graf č. 3.

Otázka č. 3 zjišťovala, jak často respondenti nakupují bytové doplňky v průběhu roku. Z grafu je patrné, že 46% respondentů nakupuje bytové doplňky 1x za 6 měsíců, 33% dotazovaných nakupuje textilní materiály 1x za rok, 17% lidí nakupuje 1x za 3 měsíce a 4% dotázaných nakoupí bytové textilie 1x za měsíc.

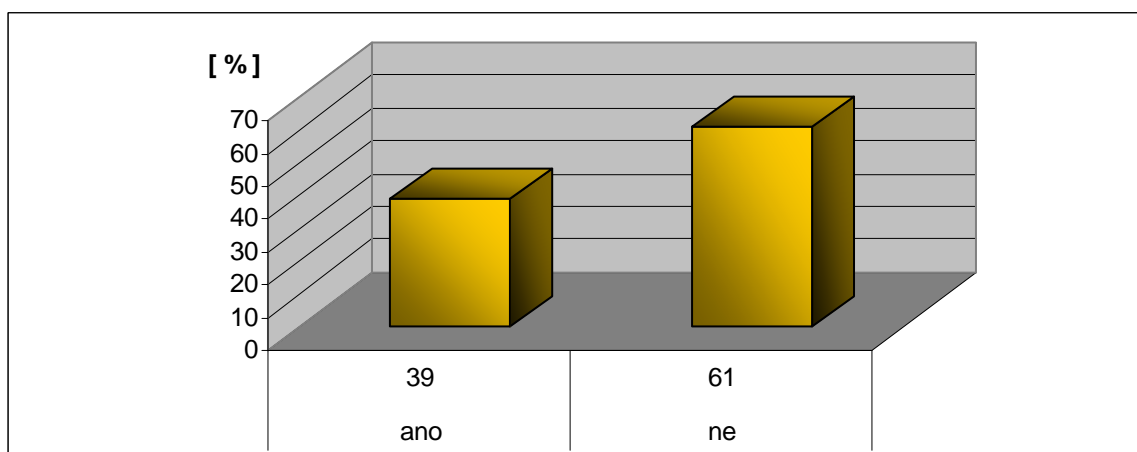
4. Nechali jste si ušít v minulosti nějaké bytové doplňky na míru?



Graf č. 4.

Z uvedených hodnot vyplívá, že si v minulosti nechalo 34% dotázaných respondentů ušít nějaké bytové doplňky na míru.

5. Potřebujete ušít nějaký bytový doplněk na míru (záclony, přehozy)?

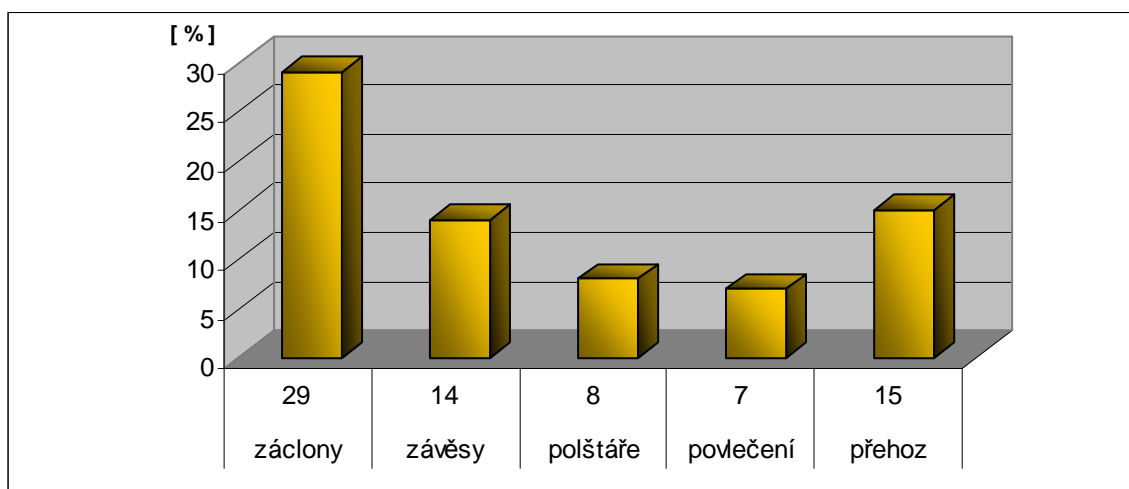


Graf č. 5.

Z grafu je patrné, že 39% potenciálních zákazníků potřebuje nyní ušít nějaký bytový doplněk do bytu či domu.



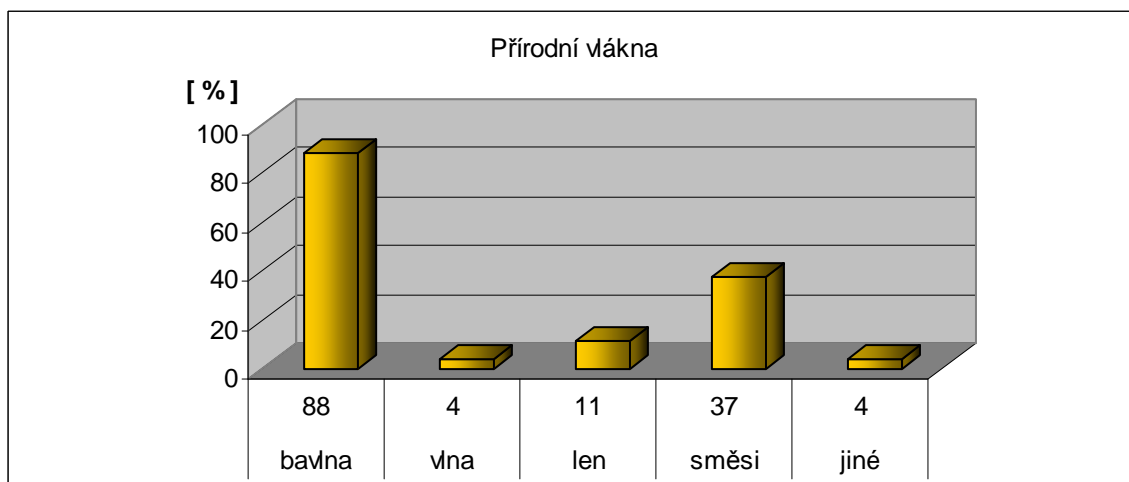
6. Pokud jste odpověděli v otázce č.5 Ano, napište prosím, který bytový doplněk potřebujete ušít?



Graf č. 6.

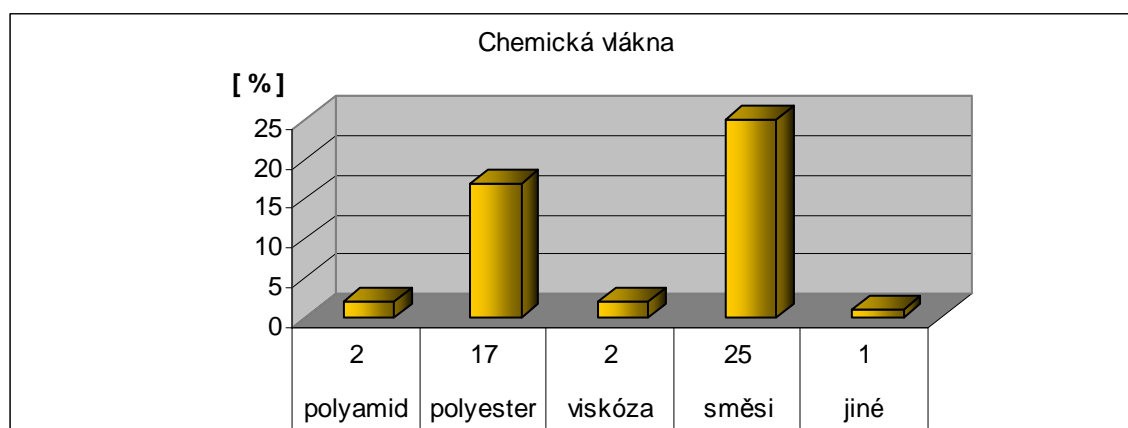
Na prvním místě potřebuje ušít záclony na míru 29% potencionálních zákazníků, na druhém místě 15% dotázaných by potřebovalo ušít přehozy, 14% oslovených respondentů potřebuje ušít závěsy, 8% zákazníků by si nechalo ušít dekorální polštáře a 7% zákazníků potřebuje ušít povlečení.

7. Které textilní materiály upřednostňujete při výběru bytového textilu?



Graf č. 7.

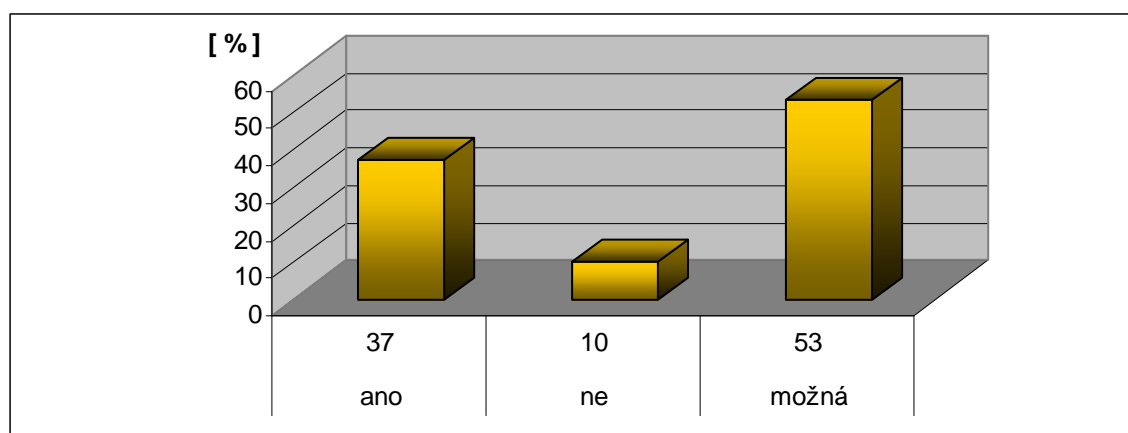
Z grafu lze vyčíst, že z přírodních vláken je nejvíce upřednostňována bavlna a směsi na výrobu bytových doplňků. Nejméně důležitá je u oslovených lidí vlna a jiná přírodní vlákna.



Graf č. 8.

Z chemických vláken 25% dotazovaných lidí upřednostňuje směsi na výrobu bytových doplňků. Na druhém místě 17% respondentů dává přednost polyesteru. Polyamid, viskóza a jiná chemická vlákna skončila na posledním místě u oslovených respondentů.

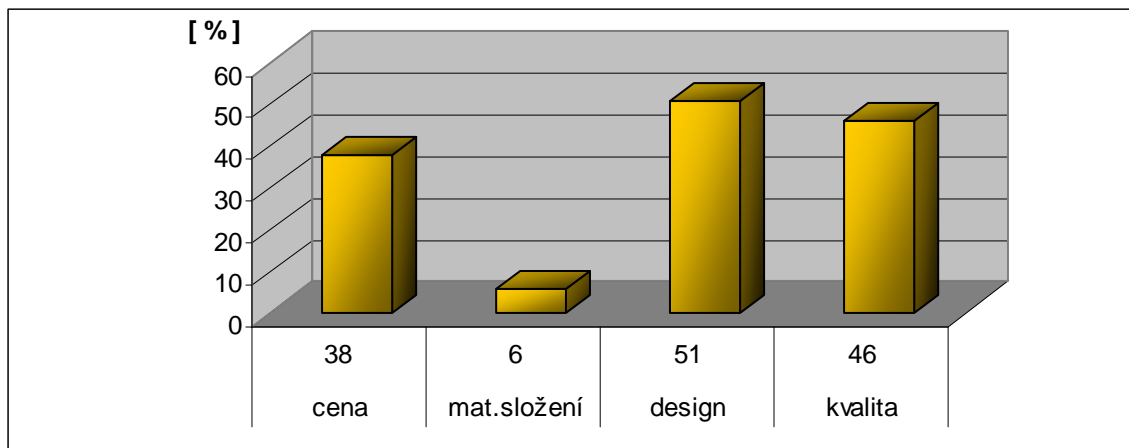
8. Jste ochotni si připlatit za vyšší kvalitu a větší výběr bytových doplňků, než Vám v současné době nabízejí prodejci ve vašem okolí?



Graf č. 9.

Na otázku, zda by si respondenti připlatili za vyšší kvalitu a větší výběr bytových doplňků odpovědělo 53% dotázaných možná, 37% oslovených lidí by si připlatilo a 10% lidí není ochotno zaplatit více za kvalitu a výběr bytových materiálů.

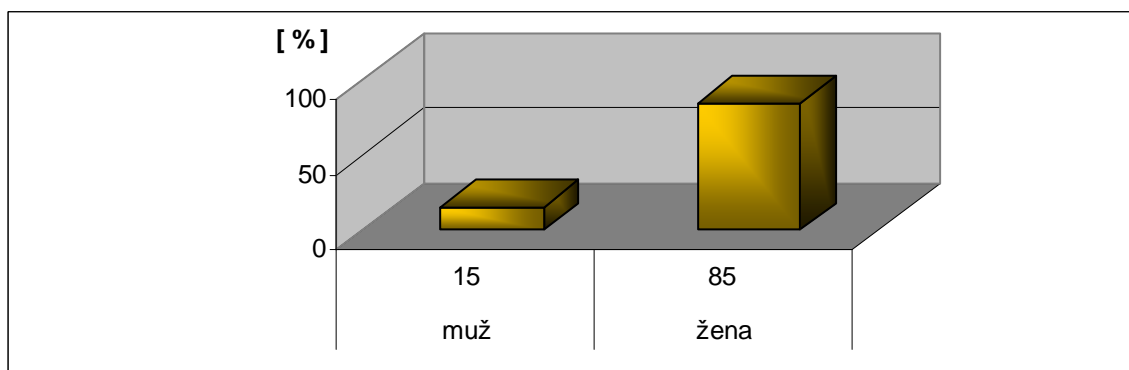
9. Jaký faktor je pro Vás rozhodující při koupi bytového doplňku?



Graf č. 10.

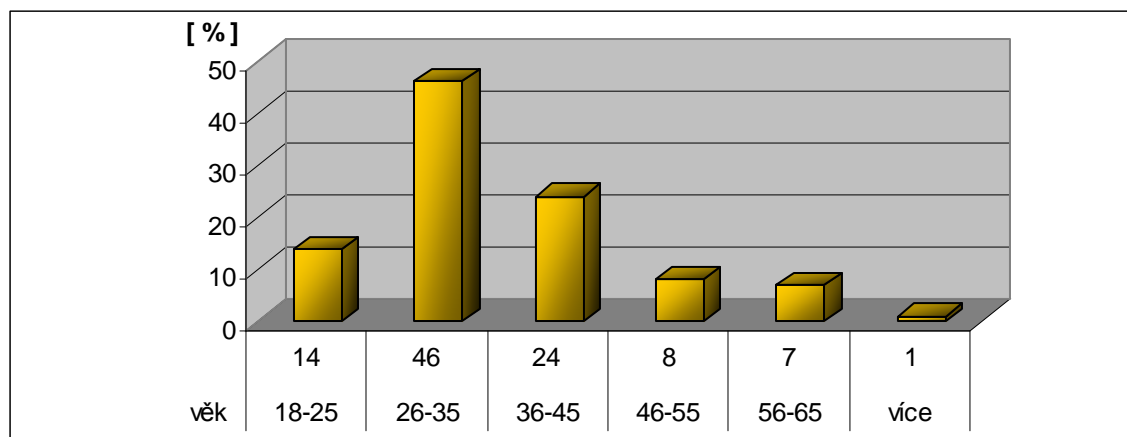
Z grafu můžeme vyčíst, že 51% respondentů upřednostňuje design výrobku, 46% lidí dává přednost kvalitně ušitému zboží, 38% dotázaných zajímá cena a nejméně lidí má zájem o složení výrobku.

10. Vaše pohlaví



Graf č. 11.

Marketingového výzkumu se zúčastnilo 15% mužů a 85% žen z různých sociálních skupin.

11. Váš věk

Graf č. 12.

Poslední otázka vypovídá o věkové kategorii dotazovaných respondentů. Na dotazník odpovědělo nejvíce lidí ve věku 26-35let (46% respondentů).

### 7.3 Vyhodnocení dotazníku

Výsledkem marketingového průzkumu je, že by nové dekorátérské centrum navštívilo 68% respondentů. Bytové doplňky oslovení respondenti nejvíce nakupují v kamenném obchodě Vesna a v obchodním domě, který je vzdálený cca 50km. Pokud jsou respondenti ochotni dojíždět 50km pro nákup bytových doplňků, měl by být tento fakt výhodou pro nově otevřené dekorátérské centrum přímo v místě jejich bydliště. Necelá polovina dotázaných lidí nakupuje bytové doplňky pouze 1x za 6 měsíců. Z průzkumu vyplynulo, že 39% respondentů si potřebuje nechat ušít bytové doplňky na míru. Tento výsledek není příliš pozitivní pro začínající podnikání. Z těchto 39% mají potenciální zákazníci největší zájem o ušití záclon a nejnižší poptávka je po ušití povlečení. Dotázaní lidé upřednostňují z přírodních vláken nejvíce bavlnu a směsi, z chemických vláken dávají přednost polyesteru. Dalším rozhodujícím faktorem je pro oslovené respondenty design bytového doplňku. Tyto výsledky jsou důležité pro nákup materiálu a pro rozhodnutí, zda otevřít v Kostelci nad Orlicí dekorátérské centrum.

## 8 Závěr

Cílem této bakalářské práce mělo být zjištění, zda se vyplatí otevřít dekorátérské centrum v Kostelci nad Orlicí.

V této práci byly popsány poznatky získané z doporučené literatury, ale i z praxe. Byly zde charakterizovány bytové textilie od závěsů, záclon, přikrývek, pokrývek, ložního prádla, kobereců, přes vlastnosti dekoračních textilií, až po mechanické, stabilizační a ochranné úpravy textilií.

V další části byly vybrány některé textilní materiály, které by mohly být zakoupeny do nového dekorátérského centra za předpokladu, že budou mít potencionální zákazníci o tyto nabízené textilie zájem. Bylo vybráno osm druhů materiálů na výrobu závěsů a čtyři typy na ušití záclon. U těchto textilií se charakterizovalo složení materiálu, šířka, cena za metr s DPH, symboly údržby a možné využití dané textilie v bytové jednotce.

Pro realizaci dekorátérského centra byla navrhována marketingová strategie, ekonomická studie, popsány slabé a silné stránky, vytyčeny cíle začínajícího podniku a představení firmy při vstupu na daný trh. Pro zakládání podniku byly zjištěny potencionální dodavatelé nejen v daném okolí, ale i v rámci celé České republiky. U konkurence se zjišťovalo nabízené zboží s cenami. V této práci jsou vytvořeny dva návrhy v 3D provedení, jak by mohla prodejna vypadat po veškerých designových úpravách.

Z ekonomické studie bylo zjištěno, že pokud by nastala varianta *a) optimistická*, kdy každý den si 3 potencionální zákazníci objednájí nabízenou službu a minimální utracená částka bude činit 800,-Kč na zákazníka, tak by bylo vhodné založit dekorátérské centrum. Pokud by nastala varianta *b) pesimistická*, kdy si objednájí nabízenou službu denně jen 2 potencionální zákazníci v hodnotě 910,-Kč na zákazníka, tak by nebylo vhodné začít s podnikáním z důvodů pouze pokrytí předpokládaných měsíčních nákladů.

Marketingový průzkum měl zjistit, zda se vyplatí otevřít dekorátérské centrum. Výsledek není ani pozitivní, ani negativní. Vše záleží na schopnostech, tvrdé práci podnikatele a na výši očekávaného zisku za veškeré úsilí. Důležitým faktorem při zakládání podniku je umět si získat potencionální zákazníky, umět komunikovat, navázat kontakty, rychle a správně zareagovat na neočekávané situace. Z vyhodnocení dotazníku bylo zjištěno, že by dekorátérské centrum navštívilo 68% oslovených lidí, z toho 39% by tvořili potencionální zákazníci. Pro pozitivní rozhodnutí by bylo dobré provést ještě další průzkum, a to i v okolních městech s oslovením většího vzorku lidí.

Z poznatků získaných při tvorbě bakalářské práce a při přihlédnutí k očekávanému vývoji ekonomiky státu, kdy lze opět zaznamenat zprávy o začínající ekonomické krizi, za současných podmínek nedoporučuji založení dekorátérského centra v Kostelci nad Orlicí.

## 9 Použitá literatura

- [1] PAŘILOVÁ, Hana, ŠTOČKOVÁ, Hana. *Textilní zbožížnalství : Bytové textílie*. Liberec : [s.n.], 2005. 101 s. ISBN 80-7083-921-X
- [2] PAŘILOVÁ, Hana, *Textilní zbožížnalství : Tkaniny*. Liberec : [s.n.], 2005. 96 s. ISBN 80-7083-974-0
- [3] SÍMOVÁ, Jozefína, *Marketingový výzkum*. Liberec : [s.n.], 2005. 121 s. ISBN 80-7372-014-0
- [4] DEMBICKÝ, J, KRYŠTŮFEK, J, MACHÁŇOVÁ, D, ODVÁRKA, J, PRÁŠIL, M.,WIENER,J. *Zušlechtování textilií*. Liberec : [s.n.], 2008. 186 s. ISBN 978-80-7372-321-7
- [5] VAŠTÍKOVÁ, Miroslava, *Marketing služeb efektivně a moderně*. Praha: Grada Pablisching, 2008. 232 s. ISBN 978-80-247-2721-9
- [6] RYDVALOVÁ, Petra, *Drobné podnikání*. Liberec : [s.n.], 1999. 105 s. ISBN 80-7083-325-4
- [7] MĚSTSKÝ ÚŘAD, OBECNÍ ŽIVNOSTENSKÝ ÚŘAD KOSTELEČ NAD ORLICÍ

### Dekorační textílie

- [8] DK20 [online]. [2011] [cit. 2011-03-27]. Dostupný z WWW: [http://www.flex-tex.cz/index.php?option=com\\_virtuemart&Itemid=1&category\\_id=214&page=shop.browse&limit=36&limitstart=36&lang=cz](http://www.flex-tex.cz/index.php?option=com_virtuemart&Itemid=1&category_id=214&page=shop.browse&limit=36&limitstart=36&lang=cz)
- [9] FI40 [online]. [2011] [cit. 2011-03-27]. Dostupný z WWW: [http://www.flex-tex.cz/index.php?page=shop.browse&category\\_id=216&option=com\\_virtuemart&Itemid=1&lang=cz](http://www.flex-tex.cz/index.php?page=shop.browse&category_id=216&option=com_virtuemart&Itemid=1&lang=cz)

### **Textilie pro šití záclon**

- [10] A99 [online]. [2011] [cit. 2011-08-27]. Dostupný z WWW: <http://www.textil-jimi.cz/produkt/397/a99>
- [11] A49-fialová [online]. [2011] [cit. 2011-08-27]. Dostupný z WWW: <http://www.textil-jimi.cz/produkt/675/a49-fialova>
- [12] A24 [online]. [2011] [cit. 2011-08-27]. Dostupný z WWW: <http://www.textil-jimi.cz/produkt/678/a24>
- [13] A42 [online]. [2011] [cit. 2011-08-27]. Dostupný z WWW: <http://www.textil-jimi.cz/produkt/39/a42>

### **Stroje pro podnikání**

- [14] *Lehký žehlící stůl vyhřívaný a odsávaný Comel Futura RA* [online]. [2011] [cit. 2011-09-27]. Dostupný z WWW: <http://www.sici-stroje-singer-brother.cz/zbozi/3616/Lehky-zehlici-stul-vyhrivany-a-odsavany-Comel-Futu.htm>



## 10 SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek č.1.	DK 21 .....	22
Obrázek č.2.	DK 20 .....	22
Obrázek č.3.	DK 17 .....	22
Obrázek č.4.	DKN 29 .....	23
Obrázek č.5.	MFN 7 .....	23
Obrázek č.6.	FI 40 .....	23
Obrázek č.7.	FI 49 .....	24
Obrázek č.8.	ID 103.....	24
Obrázek č.9.	A99.....	24
Obrázek č.10.	A49 - fialová .....	25
Obrázek č.11.	A24.....	25
Obrázek č.12.	A42.....	25
Obrázek č.13.	Návrh místností dekorátérského centra 1 .....	31
Obrázek č.14.	Návrh místností deokoratérského centra 2.....	32
Obrázek č.15.	Povlak na polštář .....	36

## 11 SEZNAM TABULEK

Tabulka č.1.	Tabulka SWOT analýzy .....	30
Tabulka č.2.	Počáteční náklady .....	33
Tabulka č.3.	Předpokládané měsíční náklady .....	34
Tabulka č.4.	Předpokládané měsíční tržby.....	34

## SEZNAM GRAFŮ

Graf č. 1.....	38
Graf č. 2.....	39
Graf č. 3.....	39
Graf č. 4.....	40
Graf č. 5.....	40
Graf č. 6.....	41
Graf č. 7.....	41
Graf č. 8.....	42
Graf č. 9.....	42
Graf č. 10.....	43
Graf č. 11.....	43
Graf č. 12.....	44

## SEZNAM PŘÍLOH

Příloha 1 - Dotazník.....	51
---------------------------	----

## Příloha 1 - Dotazník

Tento dotazník je určen pro bakalářskou práci. Průzkumem má být zjištěno, zda se vyplatí otevřít v Kostelci nad Orlicí dekorátérské centrum. Prosím zaškrtněte ☒ (křížkem) variantu do připraveného čtverečku. Předem děkuji za Váš čas věnovaný tomuto dotazníku.

**1. Navštívili by jste v Kostelci nad Orlicí dekorátérské centrum?**

- a) ☐ Ano  
b) ☐ Ne

**2. Kde nejraději nakupujete bytové doplňky?**

- a) ☐ V bytovém textilu (Vesna)  
b) ☐ V obchodním domě  
c) ☐ Na tržišti (Vietnamci)  
d) ☐ Na internetu

**3. Jak často nakupujete bytové doplňky?**

- a) ☐ 1x za měsíc  
b) ☐ 1x za 3 měsíce  
c) ☐ 1x za 6 měsíců  
d) ☐ 1x za rok

**4. Nechali jste si ušít v minulosti nějaké bytové doplňky na míru?**

- a) ☐ Ano  
b) ☐ Ne

**5. Potřebujete ušít nějaký bytový doplněk na míru (záclony, přehozy)?**

- a) ☐ Ano  
b) ☐ Ne

**6. Pokud jste odpověděli v otázce č.5 Ano, napište prosím, který bytový doplněk potřebujete ušít?**

.....

**7. Které textilní materiály upřednostňujete při výběru bytového textilu?**

Přírodní vlákna

Chemická vlákna

a) <input type="checkbox"/> Bavlna	a) <input type="checkbox"/> Polyamid
b) <input type="checkbox"/> Vlna	b) <input type="checkbox"/> Polyester
c) <input type="checkbox"/> Len	c) <input type="checkbox"/> Viskóza
d) <input type="checkbox"/> Směsi	d) <input type="checkbox"/> Směsi
e) <input type="checkbox"/> Jiné	e) <input type="checkbox"/> Jiné

**8. Jste ochotni si připlatit za vyšší kvalitu a větší výběr bytových doplňků, než Vám v současné době nabízejí prodejci ve vašem okolí?**

- a) ☐ Ano  
b) ☐ Ne  
c) ☐ Možná

**9. Jaký faktor je pro Vás rozhodující při koupi bytového doplňku?**

- a) ☐ Cena  
b) ☐ Materiálové složení  
c) ☐ Design  
d) ☐ Kvalita

**10. Vaše pohlaví**

- a) ☐ Muž  
b) ☐ Žena

**11. Váš věk**

- a) ☐ 18 – 25  
b) ☐ 26 – 35  
c) ☐ 36 – 45  
d) ☐ 46 – 55  
e) ☐ 56 – 65  
f) ☐ více